1. **أهداف المقرر:**

يهدف هذا المقرر إلى تأهيل الطالب بالمبادئ والمهارات الأساسية لإدارة التسويق وإعطائه فكرة متكاملة عن التسويق ونشاطاته المختلفة والتوجهات الحديثة في ذلك بطريقة سهلة وميسرة. في سبيل ذلك يشرح هذا المقرر معنى التسويق ومفاهيمه وتطوراته المختلفة كما يتناول العديد من المواضيع المتعلقة بذلك كالبيئة التسويقية وسلوك المستهلك وتجزئة السوق بالإضافة إلى شرح ومناقشة كافة العناصر المكونة للمزيج التسويقي. وبذلك يتمكن الطالب من الإلمام بالمبادئ والأساسيات اللازمة في مجال إدارة التسويق مع التركيز على ربط هذه المعلومات بالمستجدات في هذا الموضوع وبما يدور في واقع السوق.

1. **الموضوعات الرئيسية:**

|  |
| --- |
| 1. **مفهوم التسويق**
 |
| 1. **أهمية التسويق**
 |
| 1. **البيئة التسويقية**
 |
| 1. **المستهلك الاخير والمنظمة**
 |
| 1. **خطوات عملية الشراء**
 |
| 1. **تجزئة السوق واستراتيجيات السوق المستهدفة**
 |
| 1. **السلع والخدمات**
 |
| 1. **القرارات المتعلقة باالمنتجات**
 |
| 1. **الترويج وعناصر المزيج الترويجى**
 |
| 1. **العوامل المؤثرة فى المزيج الترويجى**
 |
| 1. **التسعير والسياسات المختلفة**
 |
| 1. **التوزيع**
 |
| 1. **الاعتبارات المؤثرة فى اختيار قنوات التوزيع**
 |

**ج) المرجع المطلوب:**

 1) د. ثامر البكرى ، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة ، دار اليازورى العلمية للنشر والتوزيع.